



GESPÚBLICA

PROGRAMA NACIONAL DE GESTÃO PÚBLICA E DESBUROCRATIZAÇÃO

Fugindo do “burocratês”:
como facilitar o acesso do
cidadão ao serviço público.

DICAS DE COMO COMUNICAR UM SERVIÇO PÚBLICO PARA O SEU PÚBLICO-ALVO UTILIZANDO LINGUAGEM CIDADÃ.

PROGRAMA NACIONAL DE GESTÃO PÚBLICA E DESBUROCRATIZAÇÃO - GESPÚBLICA

Planejamento

O planejamento é a fase mais importante da descrição de um serviço

Jamais comece a escrever seu documento sem um planejamento prévio. Esta é a forma mais garantida de falhar completamente na transmissão da sua informação e pode, inclusive, atrapalhar, ao invés de ajudar, o usuário a ter acesso ao serviço.

Definindo e conhecendo o público-alvo

- Conheça o seu público-alvo. Descubra quem são e o que querem. Ao ler um texto com instruções e informações, as pessoas querem saber só o que se aplica a elas. Sem conhecê-las você não conseguirá manter sua atenção.
- Pesquise o que seu público-alvo já conhece do assunto. A partir disso, defina o que ele precisa conhecer para usufruir integralmente do serviço e, então, monte uma estratégia para levá-lo de um ponto ao outro.
- Escreva para seu público-alvo. Adapte sua linguagem e vocabulário para quem é o seu usuário, o cidadão. Deixe-o confortável e seguro com o texto, para que você possa passar a informação que ele precisa.
- Trate públicos diferentes separadamente. Se você tem mais de um público-alvo, faça seções separadas para cada um deles. Isto evita confusão e ajuda o cidadão a achar mais facilmente a informação que lhe interessa.

Procure responder a estas perguntas antes de começar a escrever seu texto:

1. *Qual é o meu público-alvo?*
2. *O que meu público-alvo já sabe sobre o assunto?*
3. *O que meu público-alvo precisa saber sobre o assunto?*
4. *Que dúvidas meu público-alvo terá?*
5. *Qual é o resultado desejado pelo meu órgão? O que eu preciso informar para chegar a este resultado?*
6. *Qual é o resultado desejado pelo meu público-alvo? O que eu preciso informar para chegar a este resultado?*

Fonte: PLAIN. *Federal Plain Language Guidelines*, March 2011

Desenhando e organizando o seu texto

A diagramação e a organização de um documento são de vital importância para sua efetividade.

Se bem-feitas, elas podem aumentar o interesse do cidadão na leitura e ainda ajudar o cérebro a processar e entender melhor a informação. Elas servem ainda como uma ferramenta para enfatizar pontos centrais e garantir que o cidadão não deixará de ler as partes mais importantes.

- Distribua bem os espaços em branco no seu documento. Eles também têm uma função importante na transmissão da sua informação. Divida cada página de seu documento em 5 ou 6 seções.

- Utilize sessões pequenas de texto. Sessões longas dão ao usuário a impressão de algo difícil e trabalhoso. Já as pequenas, ao quebrar o texto em blocos lógicos menores, ajudarão na sua organização do documento.
- Utilize ilustrações, tabelas, listas, links e títulos para substituir blocos de texto. São ótimos meios de criar espaços em branco e facilitar a compreensão da informação. Não tenha medo de usar estes métodos, o único cuidado necessário é o de não exagerar, como colocar listas dentro de outras listas.
- Defina a estrutura do seu texto antes de escrevê-lo. Nunca use mais que três níveis de texto (1, 1.1 e 1.1.1)
- Não deixe o desenho do seu texto muito constante. Isto cansa o cérebro do leitor. Deixe as margens à direita irregulares, e varie o tamanho dos parágrafos e sentenças pelo texto.
- Selecione as informações que entrarão em seu texto. Coloque **todas** as informações que o cidadão **precisa** saber, mas **somente** elas. Informações desnecessárias no texto só servirão para confundi-lo.
- Estabeleça prioridades. Escolha as informações mais importantes e coloque-as ao início do texto, e só depois as secundárias e complementares. Siga esta lógica no texto como um todo, nas sessões, nos parágrafos e nas sentenças.
- Se o seu serviço tem mais de uma etapa, descreva-as no texto em ordem cronológica. Não confunda o cidadão.
- Ordene seus parágrafos e sentenças de modo a facilitar o entendimento. Apresente primeiro a informação principal e somente depois as condicionais e exceções. Não sobrecarregue a memória imediata do cidadão nem faça com que ele tenha que ficar relendo o texto.
- Escreva parágrafos pequenos e reserve um parágrafo para cada tópico. Parágrafos pequenos são mais fáceis de entender e organizar, criam mais espaços em branco e despertam mais interesse no cidadão. O ideal é que cada parágrafo não tenha mais que 150 palavras divididas entre 5 e 8 orações. Nunca ultrapasse 250 palavras por parágrafo.
- Comece cada parágrafo com uma sentença introdutória. Isto irá explicar ao cidadão sobre o que ele irá ler. Isso permite encontrar a informação mais rapidamente, e evita que o cidadão fique irritado com o seu texto pela demora em entender o assunto tratado.
- Faça a transição entre os parágrafos. Comece o parágrafo seguinte com termos ou expressões que o liguem ao parágrafo anterior, de forma a dar fluidez ao texto. Isto permitirá ao cidadão acompanhar e entender melhor sua informação.
- Não traga complexidade para suas sentenças. A linguagem direta (sujeito-verbo-predicado) é a mais simples existente, e também a que melhor transmite ideias e informações. Use-a, mantendo estes três elementos próximos uns dos outros.
- Use listas sempre que possível. Elas são uma ótima ferramenta para:
 - Quebrar textos muito longos;
 - Fazer o cidadão focar em informações importantes;
 - Estabelecer a ordem cronológica de um processo;
 - Deixar claro quais são todos os passos necessários no processo.

- Adicionar “espaços em branco” para facilitar a leitura.
- Apresentar da melhor forma itens, condições e exceções.

Atenção:

- * *Sempre use uma oração introdutória antes da lista, e comece-a na margem esquerda da página.*
- * *Alinhe sua lista sempre à esquerda, jamais no centro.*
- * *Cada ponto de uma lista precisa, individualmente, formar uma frase completa e inteligível com a sentença introdutória.*

Escrita

Não recicle e não requente.

Não reaproveite textos antigos que você tenha escrito para outras finalidades, mesmo que o tema seja o mesmo e o formato parecido. Escreva um novo texto especificamente para esta função.

Linguagem

- Seja direto. Escreva em primeira pessoa, como se estivesse falando diretamente com o cidadão. Use “você” para se referir a ele, e “nós” para se referir ao seu órgão. Esta estratégia trará ao seu documento dois enormes benefícios:
 - Trará o cidadão para junto do seu texto, despertando nele o interesse e prendendo sua atenção;
 - Ajudará **você** a listar as informações de forma lógica, deixar mais clara a distribuição de responsabilidades e a perceber as questões que precisarão ser respondidas ao cidadão.

Lembre-se:

Caso você resolva colocar o seu texto, ou parte dele, em forma de questionário, escreva as perguntas como se o cidadão as estivesse fazendo: “O que eu preciso fazer? Onde eu preciso ir? etc...”

- Seja assertivo. Defina claramente suas informações. Evite expressões dúbias ou vagas.
- Use a voz ativa. As responsabilidades ficam mais claras desta forma.
- Não tenha receio de usar verbos fortes. Diga “você **deve...**” quando estiver falando de obrigações, e da mesma forma, use o verbo mais específico e claro possível para indicar o que é proibido, opcional ou aconselhável. É importante que o cidadão não tenha dúvidas em relação a isso.
- Não aumente o seu texto desnecessariamente. Evite utilizar palavras e expressões que não acrescentam ao conteúdo das suas sentenças.
- Seja cuidadoso na construção de suas sentenças. Ordene as palavras adequadamente, de forma a evitar ambiguidades. Mantenha sujeito e predicado perto do verbo, coloque os pronomes condicionais e outros modificadores perto da palavra que eles estão modificando e ponha as condições após a cláusula principal.
- Use sentenças curtas. Não tenha medo de usar muitos pontos. Quanto maiores suas sentenças, menos inteligíveis elas serão.
- Use uma sentença para cada ideia. Sentenças longas e complicadas passam ao cidadão a impressão de incerteza. Sentenças pequenas são ideais para transmitir informações complexas, pois as quebram em pedaços lógicos pequenos que são mais fáceis de digerir.
- Não floreie o seu texto. Além de aumentar o texto e gastar espaço, os floreios fazem com que você pareça insincero. Não enterre as informações importantes sob uma coleção de mensagens puramente ornamentais.

- Não use expressões onde uma palavra é suficiente para expor a mesma ideia. Seja econômico com as palavras. Veja alguns exemplos abaixo:

<i>O que você escreve assim...</i>	<i>Você também pode escrever assim...</i>
Você pode entregar uma manifestação escrita a próprio punho declarando seu endereço de residência domiciliar...	Você pode entregar uma declaração de residência escrita à mão...
No que diz respeito aos servidores do poder executivo da administração pública federal...	Quanto aos servidores públicos federais...
Informe o local onde você exerce suas atividades laborais, assim como a natureza de tais atividades...	Informe onde e no que você trabalha...

- Escreva de forma afirmativa. O cérebro humano processa a informação primeiro, e só depois acrescenta o negativo. Usar a forma negativa, então, acrescentará um fator a mais de complicação para o entendimento do seu texto. Transforme suas frases com discurso negativo em frases afirmativas.

Cuidado:

Tome especial cuidado com frases que contenham duplo negativo ou exceções à exceção. Em ambos os casos, há um negativo anulando o outro, o que cria uma frase que é na verdade afirmativa, mas escrita em discurso negativo. Ao ler frases assim, o cérebro processa a frase, depois processa a negação daquela frase e então é obrigado a processar a negação da negação. Assim, o usuário demorará três vezes mais, e fará três vezes mais esforço, para entender o seu texto do que o faria caso a frase estivesse escrita de forma afirmativa.

- Defina pela regra, não pelas exceções. Diga e descreva sempre **a quem se aplica** ao invés de a quem não se aplica. Só defina pelas exceções se a alternativa for uma lista muito longa ou uma descrição muito complexa.
- Deixe condições sempre claras e explícitas. Não as deixe implícitas ou escondidas. Use o “se” para ficar claro.
- Faça uso de exemplos. Exemplos são extremamente eficientes para esclarecer conceitos complexos e, se bem empregados, podem substituir longas explicações. Exemplos relevantes, ainda por cima, ajudam o público a se identificar com o texto.
- Seja criativo. Faça experimentos, escreva de diversas formas, tente novas aproximações, de forma a conseguir transformar instruções complicadas em uma linguagem mais acessível.
- Seja responsável. Só utilize informações e dados que você realmente conheça e que possa citar a fonte. Jamais use expressões como “estudos indicam”, “há quem diga” etc.
- Tenha cuidado com o uso de ferramentas de ênfase. Embora importantes e eficientes, elas devem ser usadas sem exagero, para que não percam sua força e efetividade.

O que usar?

Use sempre o negrito ou o itálico para realçar termos e frases importantes. Não coloque o texto em letras maiúsculas e nem utilize o sublinhado. As letras maiúsculas chamam a atenção do leitor, mas ao mesmo tempo dificultam a leitura, são agressivas aos olhos e, em ambientes eletrônicos, equivalem a gritos. O sublinhado, por sua vez, dificulta a leitura, principalmente quando usado em frases, além de criar a expectativa de links nos meios eletrônicos.

Escolha de palavras

- Palavras importam. Cuidado ao escolhê-las. Seja preciso. Lembre-se sempre que seu objetivo não é impressionar, mas passar a informação da forma mais clara e completa possível ao seu público.
- Evite: Siglas, abreviações, palavras exóticas, termos obsoletos, estrangeirismos e jargões.
 - *Nos casos onde não é possível evitar o uso de siglas* (nomes muito extensos, por exemplo), escreva o significado no primeiro uso, e posteriormente use somente a sigla. *Nos casos onde a sigla é amplamente conhecida pelo público-alvo*, o significado não é necessário. **Não use mais que três siglas em um documento**, e de preferência menos. **Deixe a sigla para os casos mais citados ou com nomes mais extensos**, e no restante use o nome.
 - *Evite palavras e frases em outras línguas*, mesmo expressões latinas, pois elas podem dificultar o entendimento.
 - *Substitua, o mais frequentemente possível, jargões e termos técnicos* por palavras mais amplamente conhecidas. Termos técnicos devem ser usados somente quando **absolutamente necessários**, onde não haja outra forma de se referir àquela ideia ou objeto, e neste caso deve ser acrescentada uma definição ao texto. **Preste atenção especialmente aos jargões com os quais você convive no dia a dia**. Se eles não forem de amplo conhecimento do seu público-alvo, procure substituí-los por termos mais populares.
 - *Evite legalismos*. Mesmo que você saiba utilizar corretamente os termos legais (e muita gente os usa de forma errada), a maioria dos cidadãos, que é para quem a informação deve ser passada, provavelmente não conhecerá a linguagem legal.
- Seja consistente. Use sempre o mesmo termo para um mesmo conceito, caso contrário você confundirá o cidadão. Não se preocupe em ser repetitivo. Clareza e concisão são sua prioridade, não o estilo.
- Não confunda o cidadão. Use as palavras no seu texto sempre no contexto de sua definição mais amplamente conhecida. E busque sempre o termo mais associado com a ideia que você quer transmitir.
- Evite ter que explicar termos. Procure usar, sempre que possível, termos de amplo conhecimento do seu público-alvo, para que assim você não precise acrescentar ao texto definições. Definições causam, na maioria das vezes, mais problemas do que trazem soluções para seu texto.

Não há como escapar!

Algumas vezes não será possível deixar de usar um termo pouco conhecido. Nestes casos, siga as seguintes instruções:

- Coloque, preferencialmente, a definição no próprio texto, logo em seguida à utilização do termo pela primeira vez.
- Caso não tenha como fugir do uso de uma seção de definições, coloque-a ao fim do documento, organizada em ordem alfabética.
- Não acrescente qualquer outra informação que não sejam as definições nesta seção;
- Não inclua a definição de termos que você não usou no documento.

- Assegure-se que o cidadão saberá sobre o que você está falando. Use o nome mais popular quando se referir ao seu órgão, programa ou ação.
- Fuja dos “termos da moda”. Algumas vezes, um termo usado tecnicamente em um contexto específico, por qualquer razão, cai no gosto da população em geral e passa a ser usado em outros contextos, ganhando significados diferentes (chegando mesmo a adquirir significado oposto ao original). Evite termos assim, **mesmo que você os utilize da forma original** pois, pela variedade de usos adquiridos, eles vão dificultar o **entendimento do texto por parte do cidadão**. Caso você não tenha como substituí-lo, acrescente a definição que você está utilizando no documento.

Um exemplo:

O termo **grife**, adaptação do francês *graphie*, surgiu no campo da moda para se referir ao conjunto de peças e coleções produzidas por um estilista de forma artesanal e em baixa escala, se **opondo** ao conceito de **marca**, que definia o conjunto de peças produzidas em massa por uma determinada empresa.

Pouco tempo depois, no entanto, o termo se popularizou e passou a ser usado pelos mais diferentes grupos de pessoas, muitas com pouco ou nenhum conhecimento do mundo da moda, e a transformação do seu significado no vocabulário popular foi tanta que grife passou a ser considerada como um sinônimo justamente de... marca.

Hoje, um profissional da moda tem que tomar muito cuidado ao utilizar a expressão “grife”, pois a não ser que ele esteja se dirigindo exclusivamente a profissionais do ramo, ele pode acabar transmitindo o oposto da mensagem que deseja expressar.

- Numerais: Use o símbolo ou o nome, não há necessidade de usar os dois;
- Pronomes: Tenha certeza de que esteja sempre claro a quem o pronome se refere. Caso o uso do pronome abra brechas para duplicidade, repita o nome a que o pronome estava se referindo ou reescreva a sentença para eliminar a ambiguidade.
- Verbos. Os verbos dizem ao cidadão o que fazer. Deixe claro **quem** faz o **quê**. Use sempre que possível o verbo no tempo presente, mesmo ao falar de atos e ocorrências do passado, e procure não usar verbos substantivados (“o *correr* do processo”), ocultos (“você precisará da carteira de identidade e, caso não tenha, **[precisar]** da certidão de nascimento”) ou compostos (“caso *tenha completado* 18 anos...”).
- Use preferencialmente a conjunção “se” para indicar condições. Use a conjunção “quando”, caso você precise usar a “se”, para introduzir outra oração, ou caso a condição expressada ocorra com frequência.

Em dúvida sobre qual palavra escolher para seu texto?

Sempre que você tiver em dúvida sobre qual é a palavra mais adequada para exprimir uma ideia no seu texto, siga as seguintes regras:

- Prefira a palavra mais conhecida à mais incomum;
- Prefira a palavra com significado concreto àquela com significado abstrato;
- Prefira a palavra simples ao termo composto;
- Prefira a palavra pequena à longa;
- Prefira a palavra nativa a estrangeirismos.

Pontuação

- Use muitas vírgulas. As pausas deixam a leitura menos cansativa e favorecem um melhor entendimento do texto. Mas tome cuidado para colocar as vírgulas nos lugares certos.
- Evite o uso de ponto-e-vírgula, parênteses e aspas. Utilize só quando for absolutamente necessário, porque estas pontuações causam quebras na atenção do leitor.
- Não use barras. Elas não têm praticamente nenhum bom uso, a não ser no caso de frações. Não escreva “e/ou”. Defina se deve ser “e” ou deve ser “ou” e, nos poucos casos em que sejam ambos, use “x, ou y, ou ambos”. No caso de termos aparentados (“relação pai-filho”), use o hífen.

Particularidades da escrita na Web

Tenha estes dados em mente ao escrever para web:

- Usuários leem, em média, apenas 18% do conteúdo escrito de uma página web. E esta porcentagem tende a diminuir na medida que o número de palavras cresce.
- Usuários olham a página em um padrão “F”, tendo maior foco na parte superior esquerda da página e nas primeiras palavras de cada sentença ou lista.
- Ou usuários levam, em média, 5 segundos após entrar em uma página para decidir se a mesma é ou não útil.

Fonte: NIELSEN, Jakob, *How little do users read?* May 6th, 2008

- Os usuários visitam a página com uma atividade específica na cabeça. Se julgarem que a página não os ajudará, eles a abandonarão. Deixe claro, desde o início, que tarefas ela poderá ajudar o cidadão a completar.
- Saiba o que interessa ao cidadão:
 - Preste atenção às questões enviadas pelos cidadãos (por todos os meios);
 - Procure conversar com os cidadãos e perguntar o que eles querem;
 - Analise as estatísticas (“webmetrics”) de uso da sua página para saber o que as pessoas estão procurando em seu site (páginas mais visitadas, páginas ou partes onde eles gastam mais tempo, quais os termos e frases mais procurados, etc.)
 - Procure utilizar as informações obtidas a partir da análise para reformular a página ou facilitar o acesso àquelas informações mais procuradas.
 - Faça pesquisas de opinião entre os cidadãos. Uma ferramenta útil para esta finalidade é o Pesquisa.Gov, do GESPÚBLICA (www.pesquisa.gov.br)
- Escreva no estilo de pirâmide invertida. Comece o texto com a informação mais importante, e depois vá elencando as outras informações por ordem decrescente de importância. Esta técnica, inventada por jornalistas, ajuda o texto a passar informações de forma mais rápida ao cidadão.

- Não faça da sua página uma simples transcrição de um texto escrito anteriormente. Tire as informações necessárias do texto e então decida como inserir aquelas informações na sua *webpage*. Esta reescrita é essencial pois quando escrevemos no papel nossa escrita é linear e direcionada para a narrativa, enquanto a escrita na web é direcionada para a ação. O fato de um texto funcionar bem no papel não significa que o mesmo ocorrerá na web.
- Apresente sua informação, de preferência, na página, evite o uso de arquivos anexos. Usuários, em geral, odeiam quando este tipo de arquivo aparece em uma página, e evitam ao máximo ter que lê-los. Os arquivos, quando muito grandes, demoram para carregar e podem “travar” o computador. Ao abrirem na mesma guia do navegador, eles podem fazer com que o cidadão perca a página de origem, e em telas menores estes arquivos causam dificuldade na leitura. Se você não tiver como deixar de usar um arquivo anexo, inclua junto ao link que levará a ele as informações sobre o arquivo, como o tipo, assunto, tamanho e para quem se aplica.
- Faça com que seus links digam para onde eles levam. Seja tão explícito quanto possível. É melhor que o nome do link fique muito grande do que curto demais. Além disso, observe as seguintes instruções:
 - Sempre dê ao *link* o mesmo nome que a página para a qual ele direciona.
 - Não use, como nome para o *link*, nomes completos de programas e documentos.
 - Lembre-se que o *link* tem que atender a todos os tipos de cidadãos, inclusive os cegos. Não os nomeie com instruções visuais como “clique no botão verde” ou “clique no canto da página”.
 - Jamais use “clique aqui” ou “mais”.
 - Caso seja necessário, para que o cidadão saiba onde está indo, coloque uma breve descrição do conteúdo de destino junto ao *link*.
- Não coloque links no meio do texto. Isso fará que o cidadão abandone o texto antes de terminar, o que quebrará sua concentração e atenção.

Testes e Revisões

Economia de tempo

Revisar seus textos e testar seu material é parte essencial de sua confecção. As revisões e os testes permitirão que você identifique os pontos duvidosos e problemáticos do seu material, e os sane, antes dele entrar em contato final com o seu público-alvo. Isso evitará que horas sejam gastas no futuro respondendo a questões de cidadãos ou escrevendo um segundo documento para explicar o primeiro.

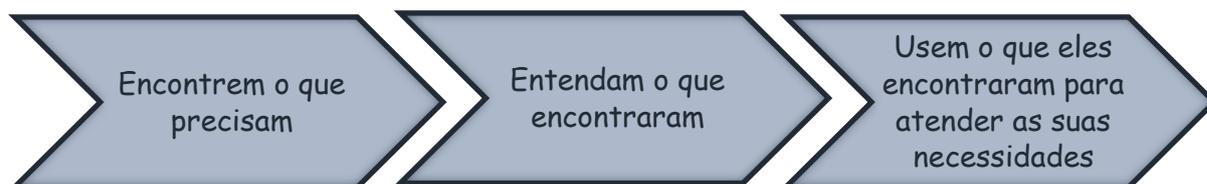
- Revise seu material com frequência. A revisão não ocorre somente após o término da primeira versão de seu documento. Ela deve ocorrer por todo o processo de criação e seguir após sua publicação. Isto é essencial para que o documento continue eficiente em seu propósito.

Tarefas a realizar durante a revisão

- A cada releitura, busque e elimine redundâncias e palavras desnecessárias nas sentenças.
 - Verifique suas sentenças. Se encontrar sentenças longas ou complexas, contendo muitas frases ou muitas cláusulas, reescreva-as.
 - Preste especial atenção a três classes de palavras: adjetivos, pronomes de intensidade e preposições. As duas primeiras, via de regra, aumentam o tamanho da sentença sem acrescentar nada ao conteúdo. As últimas são normalmente encontradas em locuções, que na maioria dos casos podem ser substituídas por uma só palavra.
 - Analise novamente as informações presentes no texto. Elas são essenciais para que o cidadão entenda sua mensagem? Se não, elimine-as. Informações supérfluas só servem para confundir o cidadão.
- Teste o seu documento tão logo haja material suficiente. O teste deve ser parte integral do seu processo de planejamento e escrita do documento. Teste cada campo do seu material pelo menos duas vezes, durante todas as fases do planejamento e escrita do documento. Após um teste, faça as alterações necessárias e então teste novamente. A forma mais simples de testar seu material é entrega-lo para a leitura de alguém não familiarizado com o objeto do documento, e então pedir que a pessoa explique o que entendeu. Outra opção é fazer uma simulação onde a pessoa tenha que utilizar o serviço somente com as informações do documento.

E não esqueça:

Seu texto só estará pronto se ele permitir que os leitores:



Referências

- The Plain Language Action and Information Network (PLAIN). *Federal Plain Language Guidelines, March 2011, Rev. 1, May 2011*. Sítio: www.plainlanguage.gov
- NIELSEN, Jakob, *How little do users read?* 6 de maio de 2008 in Nielsen Norman Group. Site: www.nngroup.com
- U.S. Securities and Exchange Commission. *A Plain English Handbook. How to create clear SEC disclosure documents*. Outubro de 1998. Sítio: www.sec.gov
- Programa GESPÚBLICA. *Carta de Serviços ao Cidadão: Guia Metodológico*; Brasília; MP, SEGEP, 2014. Versão 3/2014. Sítio: www.gespublica.gov.br
- Controladoria Geral da União. *Instrução Normativa nº 01 da Ouvidoria-Geral da União da Controladoria-Geral da União - Manual para Ouvidores Federais*. Março de 2015. Sítio: www.cgu.gov.br